



Der Krieg der Smartphones

Kampf geht weiter ohne klare Sieger in Sicht

London, 27. Mai 2010: Im Rennen um die Vorherrschaft bei den Smartphones zeichnen sich nach wie vor keine Sieger ab. Entgegen dem allgemeinen Konsens der Industrie, dass man einen weniger fragmentierten Markt braucht, gehen die Analysten von Screen Digest davon aus, dass für die Hauptakteure zu viel auf dem Spiel steht, um vorzeitig auf eine Plattform zu verzichten, welche die nächste Dekade bei Smartphones, Tablet-PCs oder sogar Fernsehern prägen könnte. Da mittlerweile auch Schwergewichte aus dem PC-Sektor wie HP, Dell, Microsoft und Intel in den Kampf eingreifen, erreichen allein Smartphones der neuesten Studie von Screen Digest zufolge die Marke von 380 Millionen vertriebener Geräte bis 2014, das sind 30% aller Mobiltelefone.

Screen Digest prognostiziert, dass sich Android das als am schnellsten wachsendes Smartphone-System etablieren wird. Seit Ende 2008 auf dem Markt, werden 2015 voraussichtlich 90 Millionen Geräte mit Android-Betriebssystem vertrieben, das entspricht einer jährlichen Wachstumsrate von 56% ab 2009. Julien Theys, Senior Analyst bei Screen Digest resümiert, „Android hat es in weniger als zwei Jahren geschafft, zu einem vollständigen und verlässlichen Produkt zu reifen und wurde so zum Hauptanwärter für das Standard-Smartphone-Betriebssystem der meisten Hersteller.“

Das Konkurrenz-System Symbian bleibt aber derzeit weiter das am meisten vertriebene Betriebssystem, dank einer aggressiven Strategie von Nokia, es in Geräte im unteren Preissegment zu integrieren anbieten. Screen Digest erwartet, dass Symbian das erste Smartphone-Betriebssystem sein wird, das in 2015 die

Barriere von 100 Millionen vertriebenen Geräten jährlich durchbricht. Diese Entwicklung hin zum unteren Ende des Marktes hat allerdings schwerwiegende Konsequenzen und es sieht aus als wäre Nokia bereit, auf einen Teil seiner Umsätze zu verzichten, um seine mengenmäßige Marktführung zu sichern. Das ist Apples Chance, sich aufgrund seines Hardware-Software-Service-Mixes den Platz des Topverdieners zu sichern. Es zeigt sich, dass das Apple-Paket immens schwierig nachzuahmen ist. Mit \$5.4 Milliarden Umsatz im ersten Quartal 2010 ist Apple führend bei den Smartphones, trotz eines vergleichsweise kleinen Vertriebsanteils von nur 8,8 Millionen Geräten. Apples Schnellstart beim Vertrieb von Smartphone-Anwendungen (Apps) sollte den Prognosen zufolge auch entscheidende Vorteile bringen, nicht nur in Bezug auf den Umsatz, sondern auch in Hinsicht auf die Kundenbindung. Das nächste Jahr sollte das Jahr sein, in dem Apple seinen Zielmarkt erweitern will. Julien Theys meint dazu: „Apples Umsätze im Smartphone-Markt sind absolut bemerkenswert. Nichtsdestotrotz werden schwierige Entscheidungen in Bezug auf Preisgestaltung und Partnerschaften mit Mobilfunkbetreibern zu treffen sein – besonders in den USA – wenn Apple seine Marktanteile erweitern will. Die größte Überraschung der nächsten iPhone-Generation könnte gut und gerne der Preis sein.“

ENDE

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

- Sylvie Magerstädt, PR-Beraterin (deutsch)
Tel: +44 (0) 7914 333 905, sylvie@greenfieldscommunications.com
- Lucy Green, PR-Beraterin (englisch)
Tel: +44 (0) 7817 698 366, lgreen@greenfieldscommunications.com
- Screen Digest: Fay Hamilton, PR und Promotions- Manager (englisch)
Tel: +44 (0) 20 7424 2847, fay.hamilton@screendigest.com

Über diese Studie

Die Prognosen für Mobiltelefone und Smartphones stehen jetzt den Abonnenten von Screen Digest Mobile Media Intelligence zur Verfügung.

<http://www.screendigest.com/intelligence/mobile/index.html>

Über Screen Digest

Screen Digest ist das führende Unternehmen für Analysen im globalen Medienbereich. Der Hauptsitz befindet sich in London mit Büros in den USA und Australien. Wir beschäftigen 46 spezialisierte Analysten, in den Bereichen Film, Fernsehen, Breitband/Kabel, Mobiltelefonie, Kino, Werbung, Home-Entertainment und Computerspiele. Die Informationen und Analysen, die wir in unseren Online-Diensten und Bulletins bereitstellen, werden von hunderten Medienfirmen weltweit als Grundlage der Entscheidungsfindung genutzt. Vor kurzem haben wir mit Global Media Intelligence (GMI) einen neuen Service ins Leben gerufen, der Analysen speziell für institutionelle Investoren im Medienbereich bereitstellt. Für weitere Informationen finden Sie unter www.screendigest.com oder kontaktieren Sie Screen Digest direkt via Email: sales@screendigest.com, Tel: +44 (0) 20 7424 2820.